

Atenta a esse potencial, CNseg e outras instituições criam condições para fomentar negócios

O Jornal Valor Econômico publicou hoje, dia 21, reportagem destacando o crescimento da renda e do consumo das classes D e E no Brasil. Entre 2004 e 2012, o rendimento dessa parcela da população cresceu 83,4%, descontada a inflação no período, alcançando o patamar de R\$21,1 bilhões, o que também representou um aumento do percentual da participação no consumo, passando de 10,8% para 12,4% nesses oito anos.

De acordo com a consultoria Plano CDE, citada na matéria, a chamada base da pirâmide tem visto sua renda crescer 6,2% ao ano, a maior média entre as classes e muito acima do crescimento da PIB, que em 2013 foi de 2,3%.

E essa exuberância das classes D e E não têm passado despercebida pelas empresas e segmentos de negócios que nunca tiveram essas classes como públicos alvo.

As multinacionais de alimentos e varejo, diz a reportagem do Valor, têm se dedicado a desenhar estratégias específicas e ganhar mercado entre a baixa renda, levando em conta as maiores dificuldades de distribuição dos produtos, assim como o acesso da população aos serviços bancários.

Mas se essa dificuldade de acesso aos serviços financeiros ainda é uma realidade, o setor de seguro, pelo menos, tem se esforçado para mudá-la. Autorizada há um anos pela Susep, a modalidade de microsseguros, cujo prêmio é, muitas vezes, inferior a R\$10,00, já conta, desde maio deste ano, com dez empresas comercializando-o.

De acordo com Eugênio Velasques, do Grupo de Trabalho de Microsseguros da Susep, diretor da Bradesco Vida e Previdência e presidente da Comissão de Microsseguros e Seguros Populares da CNseg, o ritmo de vendas neste primeiro período - de R\$ 8 milhões no acumulado entre abril e novembro do ano passado - está dentro do esperado, sendo que a expectativa é que o mercado de microsseguros no país se torne um dos mais significativos do mundo. "Uma pessoa de baixa renda no Brasil ganha bem mais do que um semelhante na África ou na Ásia", justifica.

Atualmente, afirma ainda Velasques, o microsseguro é oferecido pela Bradesco apenas em algumas favelas no Rio de Janeiro e em São Paulo, mas os planos são de expansão para 1,1 mil agências em todo o país.

E se as favelas são um dos pontos chave para o relacionamento comercial com a população de baixa renda, um importante aliado pode ser a [Favela Holding](#), formada por um conjunto de empresas criado pela Central Única das Favelas (Cufa).

Contando com empresas de diferentes segmentos, como de venda de passagens aéreas, produtora de áudio-visual, de fabricação de móveis, entre outras, a Favela Holding também conta com a participação da [Avante Favela](#), uma empresa de educação financeira que tem parceria com as principais instituições financeiras do país para oferta de crédito àqueles que concluíram os cursos oferecidos. Outra empresa da Favela Holding que pode contribuir para as empresas interessadas em fazer negócios nas favelas é a [Data Favela](#), o primeiro instituto de pesquisa e estratégias de negócios focado na realidade dessas comunidades, estudando o comportamento e o consumo de seus moradores e identificando oportunidades de negócios.

Outra instituição que oferece apoio à inclusão da população de baixa renda ao mercado de consumo é a própria CNseg, realizadora do projeto de educação financeira Estou Seguro, em parceria com o IETS (Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade), com patrocínio da Microinsurance Innovation Facility, vinculado à OIT (Organização Internacional do Trabalho). O

Projeto [Estou Seguro](#) teve como base inicial a comunidade Santa Marta, na Zona Sul do Rio de Janeiro, onde foi realizado, em 2010, pesquisa para saber o conhecimento dos moradores sobre seguro e o que pensavam quando ouviam falar sobre o tema. Como parte do projeto, também foram produzidas cartilhas e outros materiais promocionais para divulgação do tema, utilizando-se, também, de peças de teatro para abordá-lo. Paralelamente, ainda foram promovidas campanhas de vendas de microsseguros, com a participação de corretores locais, formados durante o Projeto, atuando exclusivamente na comunidade.

Com dinheiro para gastar, as classes D e E estão dispostas a consumir, enquanto as empresas já identificaram a importância desse mercado e podem contar com instituições para alcançá-lo. Postas estas condições, a expectativa é que esse encontro ocorra de forma benéfica e lucrativa para todas as partes.

Fonte: [CNseg](#), em 21.07.2014.